Version 3
20. August 2013

IBM LIVEmail-Benutzerhandbuch

IBM

Hinweis

Vor Verwendung dieser Informationen und des darin beschriebenen Produkts sollten die Informationen unter „Bemerkungen" auf Seite 39 gelesen werden.

IBM Digital Marketing and Analytics ist die neue Generation der IBM Coremetrics-Produkte. Einzelheiten zur Produktbenennung finden Sie in der folgenden Tabelle.

Bisheriger Produktname	**Neuer Produktname**
IBM Coremetrics AdTarget	IBM AdTarget
IBM Coremetrics Benchmark	IBM Digital Analytics Benchmark
IBM Coremetrics Enterprise Analytics	IBM Digital Analytics Multisite
IBM Coremetrics Explore	IBM Digital Analytics Explore
IBM Coremetrics Import	IBM Digital Analytics Import
IBM Coremetrics Export	IBM Digital Analytics Export
IBM Coremetrics Intelligent Offer	IBM Digital Recommendations
IBM Coremetrics Lifecycle	IBM Digital Analytics Lifecycle
IBM Coremetrics LIVEmail	IBM LIVEmail
IBM Coremetrics Monitor	IBM Digital Analytics Monitor
IBM Coremetrics Search Marketing	IBM Search Marketing
IBM Coremetrics Social Analytics	IBM Digital Analytics for Social Media
IBM Coremetrics Tag Manager	IBM Digital Data Exchange
IBM Coremetrics Web Analytics	IBM Digital Analytics

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1. Übersicht über LIVEmail

IBM® LIVEmail ist eine Präzisionsanwendung für das E-Mail-Marketing, die die Erstellung und Ausführung zielgruppenspezifischer E-Mail-Kampagnen erleichtert und es ermöglicht, für Ihren E-Mail-Vertriebskanal die Öffnungs-, Klick- und Konversionsraten und das Niveau an Kundenaktivität und Kundenzufriedenheit insgesamt zu erhöhen.

Mithilfe von LIVEmail können Sie nach einer detaillierten Webanalyse von Verhaltensdaten Ihren Besuchern und Kunden zur richtigen Zeit relevante E-Mail-Nachrichten und Angebote zustellen.

Darüber hinaus können von LIVEmail zertifizierte E-Mail-Service-Provider in Digital Analytics integriert werden, um die Verteilung und Effizienz von E-Mail-Kampagnen zu verbessern.

LIVEmail bietet E-Mail-Best-Practice-Kampagnen für ein gezieltes Ansprechen von Websitebesuchern, die Objekte angezeigt haben ("Browser"), von Besuchern, die Objekte verlassen haben ("Abbrecher"), von Besuchern mit Konversion ("Konvertierer") oder von nicht aktiven Besuchern, erweiterte Segmentierung und Filterung, E-Mail-Auslöser mit konfigurierbaren Terminen, systemeigene Berichte zur Überwachung der Kampagnenleistung und Datenimport von Dritten - alles in einer Anwendung.

LIVEmail-Funktionen und Vorteile

LIVEmail stellt zielgruppenspezifische Kundensegmente mit ihren entsprechenden Websiteaktivitäten bereit, um die Definition möglichst relevanter Dialoge und Angebote für die Einbeziehung in Ihr E-Mail-Messaging zu unterstützen.

LIVEmail stellt die folgenden Funktionen und Vorteile bereit.

Best-Practice-Kampagnen des Typs "E-Mail"
LIVEmail bietet Definitionen für Best-Practice-Kampagnen, mit deren Hilfe Ihre E-Mail-Initiativen schneller ausgeführt werden können. Sie können Websitebesucher, die Objekte angezeigt haben ("Browser"), Besucher, die Objekte verlassen haben ("Abbrecher"), Besucher mit Konversion ("Konvertierer") oder nicht aktive Kunden gezielt mit relevanten Nachrichten ansprechen, um Konversion, Aktivität und Nachfrage zu verbessern.

Erweiterte Segmentierung
LIVEmail-Funktionalitäten für die Segmentierung stellen Optionen zum Definieren benutzerdefinierter Segmente für den E-Mail-Weitervertrieb bereit. Außerdem können auf E-Mail-Segmente, die in LIVEmail erstellt wurden, Filter für Aktivitätsattribute angewendet werden, um die Zielgenauigkeit zu erhöhen.

Systemeigene Berichte
Zusätzlich zur Überwachung der Leistung der E-Mail-Vertriebskanäle mithilfe der führenden Zuordnungsanalyse in Digital Analytics können Unternehmen im Bereich E-Mail-Marketing schnell Informationen zur Effektivität der E-Mail-Kampagnen direkt aus LIVEmail in einer flexiblen Berichtsschnittstelle erhalten.

Importe von E-Mail-Service-Providern
Sie können aus Ihrem Posteingang Erfolgsmetriken, die von Ihrem Partner erfasst wurden (zum Beispiel Öffnungs- und Klickraten von E-Mails und Bounce-Backs) gemeinsam mit den von Digital Analytics intern gemeldeten wesentlichen Leistungsindikatoren (KPIs), zum Beispiel Konversionsrate, Umsatz und abgeschlossene Ereignisse, importieren und anzeigen, um den Gesamterfolg von Kampagnen zu bewerten - ein echter Gesamtüberblick über E-Mail-Marketinginitiativen.

Flexible Exportformate
Erstellen Sie Datenexporte auf der Grundlage von Besucherprofilen oder Exporte mit Daten zur Besucheraktivität, die auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens oder der E-Mail-Service-Provider, mit denen Sie zusammenarbeiten, zugeschnitten sind.

Erweiterte Integration
Nutzen Sie den Pool aus den von IBM zertifizierten E-Mail-Service-Providern und Sie können deren erweiterte Tools für die Einrichtung und Lieferung von Kampagnen verwenden und gleichzeitig die Relevanz Ihrer E-Mails verbessern.

Systemvoraussetzungen

Für die Verwendung von IBM Digital Analytics-Produkten müssen Sie bestimmte Software- und Browserversionen ausführen und über die erforderliche Mindestspeicherkapazität verfügen.

Folgende Systemvoraussetzungen müssen erfüllt sein:
- Software: Adobe Flash Player, Version 10 oder Version 11
- Browser: Microsoft Internet Explorer, Version 9 bis 11. Mozilla Firefox, Version 29 bis 34. Chrome, Version 34 bis 39.
- Speicher: 1 GB RAM oder mehr

Einführung in LIVEmail

Für die ersten Schritte mit LIVEmail müssen Sie zunächst eine Lizenz für das Produkt besitzen. Konfigurieren Sie LIVEmail-Berechtigungen für die Benutzergruppen, die Zugriff auf die Anwendung benötigen. Nachdem diese Berechtigungen konfiguriert sind, können Benutzer auf LIVEmail zugreifen und damit beginnen, das Programm zu verwenden.

Funktionsweise von LIVEmail-Lizenzen

Das Verständnis dafür, wie LIVEmail-Lizenzen funktionieren, ist ein entscheidender Bestandteil bei der Einführung in LIVEmail. Stellen Sie sicher, dass Sie wissen, wie die Lizenzen in Ihrer Umgebung funktionieren, bevor Sie versuchen, Benutzerkonten für LIVEmail zu konfigurieren.

LIVEmail ist für alle Digital Analytics-Kunden verfügbar, die die Anwendung lizenzieren möchten. LIVEmail-Kunden müssen nicht unbedingt mit einem der aktuell von IBM als E-Mail-Service-Provider zertifizierten Partner zusammenarbeiten, um die Anwendung verwenden zu können. Exporte von Aktivitäten bestimmter Besucher können für jedes angegebene gültige FTP-Ziel bereitgestellt werden. Zwischen Ihnen und dem jeweiligen externen Empfänger ist immer ein Austausch von Informationen zum Wesen des LIVEmail-Datenfeeds, den Sie exportieren möchten, notwendig, damit der Datenfeed ordnungsgemäß empfangen und im System integriert werden kann.

Wenn Ihr Unternehmen eine LIVEmail-Lizenzvereinbarung mit Digital Analytics trifft, wird LIVEmail von den Digital Analytics Provisioning Services für die Kunden-IDs aktiviert, die in Ihrer Lizenzvereinbarung eingeschlossen sind.

Standardmäßig wird die Anwendung LIVEmail nur für die Benutzerkonten aktiviert, die Ihrer Gruppe der Benutzer mit Administratorberechtigung angehören. Wenn Benutzerkonten in anderen Gruppen ebenfalls Zugriff auf LIVEmail benötigen, können Sie die Anwendung für nachrangige Benutzergruppen aktivieren.

Konfigurieren von Benutzerkonten

Bevor Benutzer auf LIVEmail zugreifen und das Programm verwenden können, müssen für LIVEmail Benutzergruppen konfiguriert werden.

Um LIVEmail für Benutzergruppen zu aktivieren, muss sich ein Administrator aus Ihrem Unternehmen für die betreffenden Kunden-IDs bei Digital Analytics anmelden und das folgende Verfahren durchführen.

1. Navigieren Sie zu **Admin** (Admin) auf der Menüleiste.
2. Klicken Sie im linken Navigationsfenster auf **Gruppen verwalten** (Manage Groups).
3. Klicken Sie auf den Namen der Benutzergruppe, die Sie bearbeiten möchten, oder erstellen Sie eine neue Benutzergruppe.
4. Wählen Sie in der Liste "Berechtigungsoptionen" das Kontrollkästchen "LIV-Email 3" aus, um die Anwendung für alle Benutzer in der ausgewählten Benutzergruppe zu aktivieren.

Zugriff auf LIVEmail

Sie können direkt auf IBM LIVEmail zugreifen oder über eine andere Digital Analytics-Anwendung.

Wenn Ihr Konto für IBM LIVEmail aktiviert ist, haben Sie zwei Zugriffsmöglichkeiten:

- Wenn Sie sich bereits bei einer IBM Digital Analytics-Anwendung angemeldet haben, klicken Sie im Navigationsmenü des Headers auf **LIVEmail**. Die Anwendung wird geöffnet und Sie sind automatisch authentifiziert.
- Rufen Sie die URL auf, die Ihr Unternehmen bei der Einrichtung Ihres Kontos erhalten hat. Geben Sie auf der Seite **Anmelden** Ihre Kunden-ID, den Benutzernamen und das Kennwort ein und klicken auf **Anmelden**.

  Wenn Sie die URL nicht kennen, wenden Sie sich an den IBM Software Support.

LIVEmail-Integration in Digital Analytics-Produkte

Zusätzlich zu IBM Search Marketing, IBM Digital Recommendations und IBM AdTarget ist IBM LIVEmail Teil der Lösungssuite von Digital Analytics Marketing Optimization. LIVEmail erleichtert die Optimierung der E-Mail-Kampagnen, die von führenden externen ESP-Partnern (ESP = E-Mail-Service-Provider) oder von internen E-Mail-Auftragserfüllungssystemen ausgeführt werden.

Die Integration von LIVEmail in andere Digital Analytics-Produkte wird wie folgt durchgeführt:

- Segmente aus IBM Digital Analytics Explore können verwendet werden, um Datenfeeds für Zielgruppenänderungen in LIVEmail zu definieren.

- IBM Digital Recommendations bietet dynamische Empfehlungen für E-Mail-Kampagnen, die auf zielgruppenspezifischen Besucher-/Kundensegmenten basieren können, die in LIVEmail definiert sind.
- Die Kategoriedefinitionsdatei (CDF = Category Definition File) und Zuordnungsdateien für Produktnamen von Digital Analytics können an LIVEmail-Exportjobs angehängt werden.

Kapitel 2. Konfigurieren von LIVEmail-Datenfeeds

Sie können LIVEmail so konfigurieren, dass Sie zertifizierte LIVEmail-Datenfeeds an IBM Partner senden, Best-Practice-Feeds für Kampagnen für nicht zertifizierte Partner oder interne Systeme erstellen oder vollständig benutzerdefinierte Datenexporte definieren können. Mithilfe der Auswahlmöglichkeiten bei der Konfiguration können Sie steuern, mit welchen Unternehmen Sie Daten von Websitebesuchern gemeinsam nutzen möchten und welche Arten von Daten Sie für das E-Mail-Marketing freigeben möchten.

Konfigurieren von Datenfeeds zertifizierter E-Mail-Service-Provider

Sie können LIVEmail so konfigurieren, dass von IBM Digital Analytics zertifizierte E-Mail-Service-Provider integriert werden, um die Verteilung und Effizienz von E-Mail-Kampagnen zu verbessern.

Sie sollten bei Ihrem E-Mail-Service-Provider die Informationen zum Namen des Exports und zu den Einstellungen des FTP-Ziels einholen, da es bestimmte Anforderungen geben könnte, die Sie einhalten müssen, wenn Sie Ihren LIVEmail-Export einrichten.

Anmerkung: Die Aktivierung der Datensyndikation in LIVEmail muss von den Partnern, die Sie ausgewählt haben, genehmigt oder geduldet werden. Deshalb müssen Sie mit jedem Partner, mit dem Sie zusammenarbeiten möchten, einen entsprechenden Vertrag abschließen. Achten Sie darauf, dass für die LIVEmail-Kampagnen, die Sie ausführen möchten, wirksame Verträge vorhanden sind, und denken Sie daran, dass Ihre Partner Ihre Anforderung auf Aktivierung der Datensyndikation erwarten.

Alle E-Mail-Service-Provider, die aktuell von IBM zertifiziert sind, werden im Abschnitt "Partner" von LIVEmail als auswählbare Optionen angezeigt. Um ein zertifizierter Partner für LIVEmail werden zu können, müssen die E-Mail-Service-Provider eine reproduzierbare Lösung für die Integration mit Digital Analytics besitzen, das heißt, LIVEmail-Datenfeeds in ihren Anwendungen akzeptieren und internalisieren. Auf der Seite für die Einrichtung der Partner wird nur der Typ von LIVEmail-Exporten angezeigt, für den der Partner zertifiziert wurde. Führen Sie die folgenden Schritte aus, um einen LIVEmail-Partnerfeed einzurichten.

1. Wählen Sie im Abschnitt "Integrieren" in der seitlichen Navigationsleiste Ihren zertifizierten IBM Partner aus und ziehen Sie den Partner in das Hauptfenster.

   Wenn Sie den E-Mail-Service-Provider für Ihr Unternehmen ausgewählt haben, aktualisiert der LIVEmail-Bildschirm den vordefinierten LIVEmail-Datenexport für diesen Partner. Im Feld "Ausgewählte Felder" wird das Standarddateischema einschließlich Aktivitätsfeldern für Ihren Partner angezeigt.

2. Geben Sie die Details zur Integration Ihres Partners an. Geben Sie die folgenden Informationen an:
   - **Exportname**: Ein Name für Ihre Exportdatei
   - **FTP-Ziel**: Das Ziel, an das der LIVEmail-Feed gesendet werden soll

     Anmerkung: Wenn das FTP-Ziel, das Sie verwenden möchten, in der Dropdown-Liste nicht aufgeführt wird, können Sie es mithilfe der Schaltfläche "Erstellen" angeben.
   - **E-Mail-Benachrichtigungsliste**: Eine Liste mit E-Mail-Adressen für alle Personen, die über eine erfolgreiche oder nicht erfolgreiche Verarbeitung und Bereitstellung des LIVEmail-Feeds benachrichtigt werden sollen.
   - **Partnerkonfiguration**: In LIVEmail können Sie Exportkonfigurationen zertifizierter Partner freigeben und bearbeiten.

     Anmerkung: Partnerexporte sind standardmäßig gesperrt und die Datenfelder, die für den Export ausgewählt wurden, sind auf der rechten Seite der Benutzerschnittstelle für die Konfiguration abgeblendet oder inaktiviert. LIVEmail sperrt Partnerexportdateiformate explizit, um sicherzustellen, dass Sie einen Feed erstellen, in dem die Daten, die der Partner erhält, den erwarteten Daten innerhalb einer zertifizierten Integration mit Digital Analytics entspricht. Da Sie in LIVEmail Datenexportfeeds mit einer breiten Palette an Besucheraktivitätsdaten und in unterschiedlichen Dateiformaten erstellen können, gewährleistet die Anwendung, dass Sie einen Feed erstellen, der durch Ihren ausgewählten Partner unverzüglich internalisiert werden kann.

     Gehen Sie wie folgt vor, um Exportkonfigurationen zertifizierter Partner freizugeben und zu bearbeiten:
     a. Sprechen Sie mit Ihrem von IBM zertifizierten E-Mail-Service-Provider, um zu bestätigen, dass er LIVEmail-Exportdateien akzeptiert, die vom Standard abweichen.

        Anmerkung: Die meisten der von IBM als E-Mail-Service-Provider zertifizierten Partner (ESP-Partner) akzeptieren LIVEmail-Exportdateien, die vom Standard abweichen, behalten sich in diesen Fällen aber das Recht vor, zusätzliche Gebühren für die Anpassung in Rechnung zu stellen.
     b. Klicken Sie auf das Sperrsymbol ( ).

c. Nach dem Freigeben der Exportkonfiguration für Ihren Partner können Sie die folgenden Elemente hinzufügen oder entfernen, indem Sie sie aus dem Abschnitt "Verfügbare Felder" ziehen und im Abschnitt "Ausgewählte Felder" ablegen:
   - Felder für Besucheraktivitätsdaten in Ihrer LIVEmail-Spezifikation

     Anmerkung: Da alle verfügbaren Felder für Besucheraktivitätsdaten in Kategorien zusammengefasst sind, können sie einfach lokalisiert und hinzugefügt werden.
   - Hilfsdateien, die standardmäßig zu Ihrem Partnerexport gehören
   - Datenfelder aus Ihrer Dateispezifikation

   Anmerkung: In einem LIVEmail-Export können Sie bis zu 15 separate Felder für Besucheraktivitätsdaten einschließen.

3. Aktivieren Sie Ihren LIVEmail-Export.

   Wenn Sie Ihren LIVEmail-Export fertig konfiguriert haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um den Datenfeed für die tägliche Verarbeitung ab dem nächsten Tag zu planen. Ihr neu erstellter LIVEmail-Feed wird im unteren Teil des Menüs "Integrieren" angezeigt und wenn Sie den Mauszeiger über den Feed bewegen, wird sein aktueller Status angezeigt.

Konfigurieren der Best-Practice-Feeds für Kampagnen

LIVEmail bietet vier Best-Practice-Feeds für den Weitervertrieb, mit deren Hilfe Sie die Kampagnenlogik direkt in Digital Analytics ausführen können. Sie können diese Feeds verwenden, wenn Sie nicht mit einem der zertifizierten IBM Partner für LIVEmail kooperieren oder wenn Ihr Partner oder das interne Tool keine belastbaren Funktionalitäten zum Speichern der Daten zu Websiteaktivitäten von Besuchern über erweiterte Zeiträume besitzt oder keine sitzungsübergreifende Besucherlogik auf solche importierten Daten anwenden kann.

Konfigurieren der Kampagnenfeeds "Angesehene Reise" und "Angesehenes Produkt"

Die Kampagnenfeeds "Angesehene Reise" und "Angesehenes Produkt" enthalten eine vordefinierte, sitzungsübergreifende Segmentierungslogik. Sie können jedoch einen Kontextfilter anwenden, um die Ausgabe der Exporte anzupassen.

Browserbasierte E-Mail-Programme werden durch Marketingunternehmen implementiert, die ihre Nachrichten und Angebote an den Empfänger anpassen möchten. Dafür beobachten sie das individuelle Browsingverhalten und passen dann Nachrichten und Angebote an Empfänger an, ausgehend davon, welche Neigungen diese bei vorherigen Websitebesuchen in Bezug auf Produkte und Inhalte gezeigt haben.

Obwohl Kampagnen, die auf der Anzeige von Objekten durch Besucher basieren, viele Formen annehmen können, besteht das eigentliche Ziel darin, durch die Bereitstellung intensiver, relevanter Inhalte, auf die ein Besucher anspricht, diesen Besucher zurück zu Ihrer Site zu holen und ein Konversionsereignis zu erreichen.

1. Ziehen Sie entweder das Symbol für das Programm "Angesehene Reise" oder für das Programm "Angesehenes Produkt" aus dem Abschnitt "Best-Practice-Kampagnen" und legen Sie es im Hauptfenster von LIVEmail ab.
2. Ziehen Sie auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" den roten oder grünen Kreis, um eine Verzögerung für das Auslöserereignis für die Anzeigeaktivität

und ein Fenster für das Unterdrückungsereignis für die entsprechende Konversionsaktivität anzugeben. Ein Beispiel für eine Konversionsaktivität ist eine Kauf- oder Warenkorbaktivität im Einzelhandel.

Anmerkung: Die Feeds für die Best-Practice-Kampagne "Besucher, die Objekte anzeigen" werden täglich exportiert, sodass die Ziele für Ihr E-Mail-Programm immer aktuell sind.
Zum Beispiel könnten Sie sowohl die Verzögerung für das Auslöserereignis als auch das Fenster für das Unterdrückungsereignis auf fünf Tage festlegen.

Wenn bei dieser Konfiguration der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die fünf Tage zuvor eine Produktdetailseite angezeigt haben, aber seitdem nicht zurückgekehrt sind, um ein Konversionsereignis abzuschließen. Wenn das Cookie eines Besuchers einem Registrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen.

Die Fenster für die Auslöserverzögerung und für das Unterdrückungsereignis können auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Der Zeitrahmen, den Sie für jede dieser Optionen auswählen, hängt vom Wesen der auf der Anzeige von Objekten basierenden Kampagne ab, die Sie planen. Zum Beispiel sollten für die ersten Kontaktpunkte mit einem Kunden längere Auslöserfenster bevorzugt werden, damit der Kunde nicht mit zu vielen E-Mails überschüttet wird und er gar nicht erst das negative Gefühl entwickelt, das manchmal im Zusammenhang mit dem verhaltensorientierten Onlinemarketing entstehen kann.

3. Optional: Um einen Filter anzuwenden, wählen Sie im Dropdown-Menü einen der unterstützten Kriterientypen aus, klicken Sie auf **Kriterien hinzufügen** und geben Sie dann die Kriterien der Filterlogik ein. Sie können die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ des Browsings filtern, der für Ihr Unternehmen maßgeblich ist. Zum Beispiel möchten Kunden aus dem Einzelhandel möglicherweise Besucher ansprechen, die nur Produkte bestimmter Kategorien anzeigen.

   Anmerkung: LIVEmail-Filter funktionieren auf dieselbe Weise wie Berichtsfilter in Digital Analytics Explore. Die angegebene Filterlogik wird verwendet, um Besucher einzuschließen, die die angegebenen Kriterien erfüllen und ansonsten ausgeschlossen würden.

4. Klicken Sie auf **Name und andere Details**, um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Kampagne" erforderlich sind, und geben Sie dann die Informationen zum Feed an.

Anmerkung: Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird. Zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldbegrenzer verwendet werden.

5. Klicken Sie auf **Abschicken**, um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Wenn Sie die Best-Practice-Kampagne abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed im Hauptfenster mit einer Digital Analytics-Fußzeile angezeigt.

Die erste Instanz des Exports wird am Tag nach der Aktivierung gesendet.

Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Konfigurieren des Kampagnenfeeds "Abbruch"

Die Best-Practice-Kampagne "Abbruch" wurde entwickelt, um Sie bei der Definition täglicher LIVEmail-Exporte, die Websitebesucher enthalten, die den fundamentalen Konversionsprozess auf Ihrer Site verlassen haben, zu unterstützen und diesen Besuchern E-Mails mit zielgruppenspezifischen Inhalten und Angeboten zu senden, um sie zurück auf die Site zu locken, damit sie den Konversionsprozess abschließen. Das Programm "Abbruch" enthält eine vordefinierte, sitzungsübergreifende Segmentierungslogik. Sie können jedoch einen Kontextfilter anwenden, um die Ausgabe der LIVEmail-Exporte anzupassen.

Eine der wichtigsten Aufgaben einer E-Mail-Kampagne ist die Identifizierung der Besucher, die die primäre Konversionsaktivität auf der Website nicht abschließen, also zum Beispiel eine Kreditkartenanwendung nicht abschließen, ein Produkt nicht bestellen oder eine Reservierung in einem Hotel nicht buchen. Programme des Typs "Abbruch" können beträchtliche Umsatzzuwächse bringen und die Erfahrungsberichte der Kunden verbessern, sofern sie korrekt ausgeführt werden.

1. Ziehen Sie das Symbol für das Programm des Typs "Verlassen des Warenkorbs" aus dem Abschnitt "Best-Practice-Kampagnen" und legen Sie es im Hauptfenster von LIVEmail ab.
2. Ziehen Sie auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" den roten oder grünen Kreis, um eine Verzögerung für das Auslöserereignis für die Abbruchaktivität und ein Fenster für das Unterdrückungsereignis für die entsprechende Konversionsaktivität anzugeben. Ein Beispiel für eine Konversionsaktivität ist ein Kaufereignis für das Verlassen des Warenkorbs im Einzelhandel.

   Anmerkung: Die Feeds für die Best-Practice-Kampagne "Abbruch" werden täglich exportiert, sodass die Ziele für Ihr E-Mail-Programm immer aktuell sind. Zum Beispiel könnten Sie sowohl die Verzögerung für das Auslöserereignis als auch das Fenster für das Unterdrückungsereignis auf zwei Tage festlegen.

Wenn bei dieser Konfiguration der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die zwei Tage zuvor ein Objekt verlassen haben, aber seitdem nicht zurückgekehrt sind, um die Transaktion abzuschließen. Wenn das Cookie eines Besuchers einem Registrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen. Die Fenster für die Auslöserverzögerung und für das Unterdrückungsereignis können auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Der Zeitrahmen, den Sie für jede dieser Optionen auswählen, hängt vom Wesen der auf dem Verlassen von Objekten basierenden Mitteilung ab, die Sie planen. Wenn Sie zum Beispiel eine Nachricht mit einer Erinnerung an die nicht abgeschlossene Konversion ohne einen Best-Practice-Vorschlag als Anreiz senden möchten, sollte ein kürzerer Zeitrahmen von 1 bis 2 Tagen gewählt werden. Längere Verzögerungen von bis zu einer Woche sollten verwendet werden, wenn Sie dem Besucher einen Anreiz bieten möchten, auf die Site zurückzukehren und die Konversionsaktivität abzuschließen. Denn es wäre unnötig, Besuchern, die höchstwahrscheinlich von selbst zurückkehren, Anreize für die Konversion zu bieten.

3. Optional: Um einen Filter anzuwenden, wählen Sie im Dropdown-Menü einen der unterstützten Kriterientypen aus, klicken Sie auf **Kriterien hinzufügen** und geben Sie dann die Kriterien der Filterlogik ein. Sie können die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ des Abbruchs der Konversion filtern, der für Ihr Unternehmen maßgeblich ist. Zum Beispiel möchten Kunden aus dem Einzelhandel möglicherweise nur die Besucher ansprechen, die die Site verlassen haben, ohne bestimmte Produkte bestimmter Produktkategorien oder mit bestimmten Produktattributen gekauft zu haben.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details**, um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Kampagne" erforderlich sind, und geben Sie dann die Informationen zum Feed an.

   Anmerkung: Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird. Zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldbegrenzer verwendet werden.
5. Klicken Sie auf **Abschicken**, um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Wenn Sie die Best-Practice-Kampagne abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed im Hauptfenster mit einer Digital Analytics-Fußzeile angezeigt.

Die erste Instanz des Exports wird am Tag nach der Aktivierung gesendet.

Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Konfigurieren des Kampagnenfeeds "Nach dem Kauf"

Sie können den Best-Practice-Kampagnenfeed "Nach dem Kauf" konfigurieren, um die Optimierung des Erfolgs Ihrer E-Mail-Marketingaktivitäten zu unterstützen. Das Programm "Nach dem Kauf" enthält eine vordefinierte, sitzungsübergreifende Segmentierungslogik. Sie können jedoch einen Kontextfilter anwenden, um die Ausgabe der Exporte anzupassen.

Obwohl auf den meisten Sites automatisierte E-Mail-Programme eingerichtet sind, um den Kunden für die Käufe zu danken, werden Programme für Aktionen nach der Konversion zunehmend komplexer. Zum Beispiel hat die rasante Zunahme benutzergenerierter Inhalte wie Bewertungen und Kritiken als Antrieb für die Konversion von Besuchern zu Best-Practice-E-Mail-Nachrichten geführt, die nach dem Abschluss von Konversionen zeitlich verzögert erfolgen. Die Verwendung von Nachrichten an Kunden mit der Bitte um Produktkritiken ist für soziale oder Mund-zu-Mund-Marketingstrategien von entscheidender Bedeutung. Jedoch können unterschiedliche Sites sehr unterschiedliche Kriterien in Bezug auf das Timing der Bereitstellung dieser Anforderungen an den Kunden erfordern. Sie werden Ihren Kunden genügend Zeit lassen wollen, ein bestelltes Produkt zu erhalten und zu verwenden, bevor Sie von ihnen eine Kritik erbitten oder ihnen Up-Selling- oder Cross-Selling-Empfehlungen zukommen lassen.

1. Ziehen Sie das Symbol für die Best-Practice-Kampagne des Typs "Nach der Konversion" aus dem Abschnitt "Best-Practice-Kampagnen" und legen Sie es im Hauptfenster von LIVEmail ab.
2. Ziehen Sie auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" den roten oder grünen Kreis, um für die Aktivität nach der Konversion eine Verzögerung für das Auslöserereignis anzugeben. Je nach den Geschäftsanforderungen Ihres Unternehmens kann der Ereignisauslöser auf maximal 30 Tage in der Vergangenheit festgelegt werden. Wenn Sie diese Best-Practice-Kampagne jedoch verwenden, um E-Mails zu senden, in denen Sie sich bedanken und/oder Cross-Selling-Angebote für weitere Produkte machen, sollten Sie geringere Verzögerungen für die Ereignisauslöser wählen. Wenn Sie das Programm "Nach dem Kauf" verwenden, um eine Kritik zu erbitten, sind längere Auslöserverzögerungen angebracht, um sicherzustellen, dass die Kunden genügend Zeit haben, um den gekauften Artikel zu verwenden und zu erleben, damit Sie von diesen Kunden durchdachte und hilfreiche benutzergenerierte Inhalte erhalten.

Wenn bei dieser Konfiguration der Exportfeed an jedem Morgen kompiliert wird, sucht LIVEmail nach allen Websitebesuchern, die sieben Tage zuvor eine Konversion abgeschlossen haben. Wenn das Cookie eines Besuchers einem Re-

gistrierungsprofil zugeordnet werden kann, das eine E-Mail-Adresse enthält, dann wird dieser Besucher in den Export für diesen Tag eingeschlossen.

3. Optional: Sie können die Liste Ihrer Exportziele nach dem Typ der Konversionsaktivität filtern, die für Ihre aktuellen Initiativen maßgeblich ist. Wenn Sie z. B. Produktbewertungen und -kritiken zum Auswählen von Kategorien auf Ihrer Site implementiert haben, können Sie mithilfe der Filteroption Kunden für eine E-Mail-Kampagne des Typs "Schreiben Sie eine Kritik" auswählen, die nur Artikel außerhalb angegebener Kategorien gekauft haben.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details**, um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Kampagne" erforderlich sind, und geben Sie dann die Informationen zum Feed an.

   Anmerkung: Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird. Zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldbegrenzer verwendet werden.
5. Klicken Sie auf **Abschicken**, um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Wenn Sie die Best-Practice-Kampagne abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed im Hauptfenster mit einer Digital Analytics-Fußzeile angezeigt.

Die erste Instanz des Exports wird am Tag nach der Aktivierung gesendet.

Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Konfigurieren des Kampagnenfeeds "Nicht aktiver Kunde"

Der LIVEmail-Best-Practice-Kampagnenfeed "Nicht aktiver Kunde" stellt einen Mechanismus bereit, mit dessen Hilfe Sie besonders mit registrierten Kunden und Besuchern in Kontakt bleiben können, die Ihre Website eine bestimmte Zeit lang nicht besucht haben. E-Mail-Kampagnen sind eine sehr kostengünstige Möglichkeit, Websitebesucher, die Ihre Website eine gewisse Zeit nicht besucht haben, wieder zu aktivieren und erneut auf Ihre Website zu locken.

Das Programm "Nicht aktiver Kunde" enthält eine vordefinierte, sitzungsübergreifende Segmentierungslogik. Sie können jedoch einen Kontextfilter anwenden, um die Ausgabe der Exporte anzupassen. Der Typ des Auslöserereignisses, das Sie zum Wiederherstellen der Kommunikation mit einem nicht aktiven Kunden wählen, kann variieren. LIVEmail bietet verschiedene Möglichkeiten, um mit einem nicht aktiven Kunden zu kommunizieren.

1. Ziehen Sie das Symbol für die Best-Practice-Kampagne des Typs "Nicht aktiver Kunde" aus dem Abschnitt "Best-Practice-Kampagnen" und legen Sie es im Hauptfenster von LIVEmail ab.
2. Ziehen Sie auf der Registerkarte "Kampagnenfenster" den roten oder grünen Kreis, um den Typ des nicht aktiven Kunden anzugeben, den Sie ansprechen möchten. Sie können Kunden ansprechen, die Ihre Site nicht besucht haben, auf Ihrer Site keine Produkte angezeigt haben, nicht eingekauft haben oder innerhalb einer bestimmten Anzahl von Tagen nicht auf Ihrer Site gekauft haben.
   a. Wählen Sie die Ereignisdefinition für die Passivität aus, die Sie verwenden möchten, indem Sie auf das entsprechende Optionsfeld klicken.
   b. Geben Sie den Zeitraum in der Vergangenheit an, den Sie bei der Definition eines nicht aktiven Kunden zugrunde legen möchten. Für diese Best-Practice-Kampagne können Sie Kunden ansprechen, die in einem Zeitraum von

bis zu 90 Tagen in der Vergangenheit an einer bestimmten Websiteaktivität beteiligt waren und seitdem keine Sitzung mehr durchgeführt haben.

Anmerkung: Um den Kunden zurück auf Ihre Site zu locken, kann die optimale Einstellung für die Auslöserverzögerung variieren.

3. Optional: Sie können die Liste Ihrer Exportziele nach der Definition der Passivität filtern, die Sie angewendet haben.

   Anmerkung: Wenn Sie die Passivitätsdefinition **Besuchen** ausgewählt haben, wird die Registerkarte "Filter" inaktiviert, da sie auf Auslöserereignisse dieses Typs nicht anwendbar ist.
4. Klicken Sie auf **Name und andere Details**, um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Kampagne" erforderlich sind, und geben Sie dann die Informationen zum Feed an.

   Anmerkung: Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird. Zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldbegrenzer verwendet werden.
5. Klicken Sie auf **Abschicken**, um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Wenn Sie die Best-Practice-Kampagne abgeschickt haben, wird der neu erstellte LIVEmail-Feed im Hauptfenster mit einer Digital Analytics-Fußzeile angezeigt.

Die erste Instanz des Exports wird am Tag nach der Aktivierung gesendet.

Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Definieren benutzerdefinierter Feeds

Zusätzlich zu den angebotenen vordefinierten und zertifizierten ESP-Partner-Feeds (ESP = E-Mail-Service-Provider) und Best-Practice-Kampagnenfeeds ermöglicht LIVEmail Ihnen für jeden Export von Daten zu Besucheraktivitäten, der für eine Weitervertriebskampagne verwendet wird, die Definition eines vollständig benutzerdefinierten Exportformats.

LIVEmail unterstützt zwei Typen benutzerdefinierter Formate:

- Aktivitätsdatensatzfeed
- Kundenstammdatenfeed

Definieren von Aktivitätsdatensatzfeeds

Der Aktivitätsdatensatzfeed in LIVEmail stellt einen Export bereit, der täglich verarbeitet wird und so konfiguriert werden kann, dass zahlreiche Websiteaktivitäten von Besuchern enthalten sind.

In einem Aktivitätsdatensatzfeed können folgende Websiteaktivitäten eingeschlossen werden:

- Produkt angezeigt
- Produkt gekauft
- Produkt nicht gekauft
- Produkt in Warenkorb gelegt
- Interne Suchen
- Seitenaufruf
- Konversionsereignis eingeleitet
- Konversionsereignis abgeschlossen

Die Aktivitätsdatensatzfeeds in LIVEmail werden so angeordnet, dass jede Zeile im Export einer eindeutigen Besucher/Aktivitäts-Kombination entspricht. Wenn zum Beispiel ein Besucher fünf Seiten auf einer Site durchsucht hat und der Aktivitätsdatensatzfeed in LIVEmail so konfiguriert wurde, dass die Aktivität "Seitenaufruf" enthalten ist, enthält die Exportdatei fünf Zeilen, die den vom Besucher angezeigten Seiten entsprechen. Zusätzlich zur Websiteaktivität sind weitere zugehörige Informationen vorhanden.

Exportschlüssel

Für Ihren Aktivitätsdatensatzfeed können Sie eine von vier unterstützten Schlüsselspalten auswählen. Ihr Export kann so konfiguriert werden, dass E-Mail-ID, Cookie-ID, Cookie-ID | Sitzungs-ID oder Registrierungs-ID als Schlüsselspalte verwendet wird und in Ihrer Exportdatei enthalten sein soll.

Aktivitätstyp

Eine numerische Kennung für den Typ der Aktivität, die in jeder Zeile des Exports enthalten sein soll.

0 Produkt angezeigt

1 Produkt gekauft

2 Produkt nicht gekauft

3 Produkt in Warenkorb gelegt

4 Interne Suchen

5 Seitenaufrufe

6 Konversionsereignis eingeleitet

7 Konversionsereignis abgeschlossen

Kategorie-ID

Die ID der Kategorie, zu der die jeweilige Aktivität gehört. Zum Beispiel stellt ein Datensatz zum Aktivitätstyp "Seitenaufruf" die Kategorie-ID bereit, zu der die jeweilige angezeigte Seite gehört.

Produkt-ID

Die ID des jeweiligen Artikels in Bezug auf die Aktivität, die verfolgt wur-

de. Zum Beispiel könnte die Produkt-ID der bei einer internen Suche eingegebene Suchbegriff oder das eingeleitete Konversionsereignis sein.

Aktivitätszeit
Die Startzeit der Besuchersitzung, in der die Aktivität stattgefunden hat.

Aktivitätsbetrag
Wenn die Aktivität mit einem Produkt oder einem Konversionsereignis in Zusammenhang steht, beinhaltet der Aktivitätsbetrag den Preis des in den Warenkorb gelegten oder des gekauften Produkts, Ereignispunkte und so weiter.

Beim Erstellen Ihres LIVEmail-Segments können Sie entweder nur ein Kriterium auswählen oder mehrere Kriterien miteinander verknüpfen.

1. Führen Sie die folgenden Schritte durch, um einen Aktivitätsdatensatzfeed zu erstellen:
   a. Ziehen Sie das Symbol für den Aktivitätsdatensatzfeed und legen Sie es im Frame "Integrieren" von LIVEmail ab.
   b. Auf der Registerkarte "Aktivitäten" des Fensters "Konfiguration" wählen Sie den Schlüssel aus, den Sie für den Export verwenden möchten, und die Aktivitätstypen, die in Ihren LIVEmail-Export eingeschlossen werden sollen.

      Anmerkung: Sie können in Ihren Export beliebig viele Aktivitäten einschließen.

   Wichtig: Konfigurieren Sie für eine zielgruppenspezifische E-Mail-Kampagne, die Sie durchführen möchten, einen Aktivitätsdatensatzfeed, der nur einen Teil der Websitebesucher enthält. Das Anwenden einer Besuchersegmentdefinition auf Ihren Feed ist optional, stellt aber eine äußerst leistungsfähige Funktionalität dar.
2. Optional: Zusätzlich zur LIVEmail-Basisdatei für den Kundendatensatzfeed können Sie zwei Hilfsdateien anhängen, indem Sie die entsprechenden Kontrollkästchen im unteren Teil der Seite "Felder" aktivieren. Die Datei mit den Produktnamenzuordnungen und die Datei mit den Kategorieinformationen können nützlich sein, wenn Sie überprüfen möchten, ob Sie die richtigen Kategorieinformationen angegeben haben, wenn Sie in Ihrem Export nur Felder auf der Ebene der Produkt-ID oder Seiten-ID exportieren.
3. Gehen Sie wie folgt vor, um ein neues Segment für die Verwendung in LIVEmail zu erstellen:
   a. Navigieren Sie zur Registerkarte **Segment** und klicken Sie auf **Neu**.

      Anmerkung: LIVEmail-Segmente gelten in der Regel nur für eine Sitzung. Besucher werden nur dann eingeschlossen, wenn sie in einer Websitesitzung alle von Ihnen definierten Segmentkriterien erfüllen. Auch wenn alle Kriterien für den Einschluss in ein Segment erfüllt sind, ist nicht garantiert, dass ein einzelner Besucher in dem Datenanalysezeitraum, bei dem er vor der E-Mail-Sendezeit unterdrückt wird, ein Ereignis nicht abgeschlossen hat.

4. Führen Sie die folgenden Schritte durch, um Segmente zu konfigurieren:
   a. Wählen Sie eine vorhandene Kategorie aus oder erstellen Sie eine neue Kategorie, der Sie Ihr neues Segment zuweisen möchten.
   b. Geben Sie einen Namen für das Segment an.
   c. Wählen Sie Ihre Kriterien aus und verknüpfen Sie sie miteinander, um das Segment zu definieren. Im folgenden Beispiel wurde das Segment "Engaged Google Paid Searchers" aus sehr aktiven Nutzern der Google-Suche erstellt, für das die Segmentkriterien aus Besuchersitzungen bestehen, die das Marketingprogramm "Google" betreffen, mindestens 5 Seitenaufrufe enthalten und mindestens 500 Sekunden dauern.

Definieren des Kundenstammdatenfeeds

Der Kundenstammdatenfeed in LIVEmail stellt einen Export bereit, der täglich oder wöchentlich verarbeitet und so konfiguriert werden kann, dass eine beliebige Anzahl Websiteaktivitäten von Besuchern, Kundenattribute und Sitzungsattribute enthalten sind.

Die Kundendatensatzfeeds in LIVEmail werden so angeordnet, dass jede Zeile im Export alle konfigurierten Daten für genau einen Besucher in dem für den Export

geltenden Zeitrahmen enthält. Hierbei wird nicht für jede Aktivität eines Besuchers eine einzelne Zeile generiert. Vielmehr wird für jeden Besucher eine Zeile generiert, in der mehrere Aktivitäten desselben Typs in einem Einzelfeld verkettet werden. Innerhalb eines Einzelfeldes werden mehrere Aktivitätswerte durch ein als Trennzeichen in Feldern festgelegtes Zeichen voneinander getrennt.

Gehen Sie wie folgt vor, um einen Kundenstammdatenfeed zu erstellen:

1. Ziehen Sie das Symbol für den Kundenstammdatenfeed und legen Sie es im Frame "Integrieren" von LIVEmail ab.
2. Auf der Registerkarte "Felder" wählen Sie den Schlüssel aus, den Sie für den Export verwenden möchten, und wählen Sie dann die Datenfelder aus, die eingeschlossen werden sollen. Für Ihren Kundenstammdatenfeed können Sie eine von vier unterstützten Schlüsselspalten auswählen. Ihr Export kann so konfiguriert werden, dass E-Mail-ID, Cookie-ID, Cookie-ID | Sitzungs-ID oder Registrierungs-ID als Schlüsselspalte in der Datei verwendet wird.
3. Wählen Sie für jeden Websitebesucher die Datenfelder aus, die in Ihrer Exportdatei enthalten sein sollen. Die verfügbaren Datenfelder werden in den folgenden Kategorien zusammengefasst.
   - Inhalt (zum Beispiel Felder im Zusammenhang mit Seiten, Ereignissen, Immobilien oder Werbeaktionen auf Websites)
   - Vermarktung und Produkte (zum Beispiel Felder im Zusammenhang mit Produktansichten, Shops oder Bestellungen)
   - Registrierung (zum Beispiel Felder für Geschlecht oder Einkommen im Zusammenhang mit Registrierungsinformationen)
   - Übersicht (zum Beispiel Summenangaben wie Summe der Ereignispunkte oder bestellten Artikel)
   - Technische Eigenschaften (zum Beispiel Informationen zum System des Besuchers wie Browsertyp, Sprache oder Verbindungsgeschwindigkeit)
   - Geografie (zum Beispiel Standortinformationen aus Ereignissen, die nicht zur Kategorie "Registrierung" gehören)
   - Marketing (zum Beispiel Marketingprogramm, Ziel-URL oder Verweis-URL)

   Anmerkung: Die Gruppe der Kategorien, die für Sie verfügbar sind, hängt von der Branche ab, denen Ihr Unternehmen angehört.
4. Um ein Feld in Ihren Export einzuschließen, ziehen Sie es aus der Liste "Verfügbare Felder" und legen Sie es in der Liste "Ausgewählte Felder" ab.

   Wichtig: In einen Kundenstammdatenfeed können bis zu 15 unterschiedliche Datenfelder eingeschlossen werden.
5. Um ein bereits ausgewähltes Feld wieder zu entfernen, ziehen Sie es aus der Liste "Ausgewählte Felder" und legen Sie es in der Liste "Verfügbare Felder" ab. Sie können Felder in beiden Listen auch auswählen und entfernen, indem Sie doppelt darauf klicken.
6. Optional: Zusätzlich zur LIVEmail-Basisdatei für den Kundendatensatzfeed können Sie zwei Hilfsdateien anhängen, indem Sie die entsprechenden Kontrollkästchen im unteren Teil der Seite "Felder" aktivieren. Die Datei mit den Produktnamenzuordnungen und die Datei mit den Kategorieinformationen können nützlich sein, wenn Sie überprüfen möchten, ob Sie die richtigen Kategorieinformationen angegeben haben, wenn Sie in Ihrem Export nur Felder auf der Ebene der Produkt-ID oder Seiten-ID exportieren.
7. Optional: Sie können eine Segmentierungslogik auf Ihre Exportdatei anwenden.

- Um ein neues Segment für die Verwendung in LIVEmail zu erstellen, navigieren Sie zur Registerkarte **Segment** und klicken Sie dort auf **Neu**.
- Wenn Sie in LIVEmail bereits Segmente erstellt haben, können Sie zwischen Ihren vorhandenen Segmenten navigieren, indem Sie im Dropdown-Menü "Kategorie" verschiedene Segmentkategorien auswählen. Alle Segmente, die in der von Ihnen ausgewählten Kategorie enthalten sind, werden im Frame "**Verfügbare Segmente**" angezeigt und können zur Auswahl mit Drag-and-drop in den Frame "**Ausgewählte Segmente**" verschoben werden.

8. Auf dieser Registerkarte können Sie auch jedes vorhandene Segment bearbeiten oder löschen, indem Sie im Frame "**Verfügbare Segmente**" das gewünschte Segment auswählen und auf die entsprechende Schaltfläche klicken. Wenn Sie versuchen, ein vorhandenes Segment zu löschen oder zu modifizieren, das aktuell auf einen der aktuellen LIVEmail-Exporte Ihres Unternehmens angewendet wird, erhalten Sie eine Warnung.

9. Klicken Sie auf **Name und andere Details**, um weitere Informationen anzugeben, die für die Beschreibung Ihres LIVEmail-Exports des Typs "Best-Practice-Kampagne" erforderlich sind. Wenn Sie LIVEmail-Exportdateien in Microsoft Excel überprüfen, richtet sich Excel bei der Formatierung nach dem Dateityp, der an der Dateierweiterung erkannt wird. Zum Beispiel wird bei CSV-Dateien vorausgesetzt, dass in ihnen Kommas als Feldtrennzeichen verwendet werden.
10. Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten angegeben haben, klicken Sie auf **Abschicken** (Submit), um die tägliche Verarbeitung Ihres LIVEmail-Feeds zu aktivieren. Die erste Instanz des Exports wird dann am Tag nach der Aktivierung gesendet. Wenn Sie den LIVEmail-Feed abgeschickt haben, sehen Sie das neu erstellte LIVEmail-Feed-Dokument in der Fußzeile "Integrieren in Digital Analytics". Mit einem Doppelklick können Sie Ihren Feed jederzeit bearbeiten.

Kapitel 3. Verwalten von LIVEmail

Mithilfe von LIVEmail können Sie Ihre Datenexporte überwachen und Ihre LIV-Email-Segmente und alle Anmerkungen, die Sie innerhalb der systemeigenen Berichte von LIVEmail erstellt haben, verwalten.

Das Menü "Verwalten" in LIVEmail ermöglicht Ihnen die Überprüfung des aktuellen Status Ihrer Datenexporte, die Überprüfung aller Segmente, die innerhalb von LIVEmail für die Verwendung in E-Mail-Marketingaktivitäten definiert werden, und die Einrichtung neuer Ziele für Exporte.

Verwalten von LIVEmail-Segmenten

Zusätzlich zum Verwalten der Segmente während der Erstellung benutzerdefinierter LIVEmail-Exporte können Sie Segmente auch in der LIVEmail-Anzeige **Verwalten** > **Segmente** erstellen, bearbeiten oder löschen.

1. Navigieren Sie zu **Verwalten** > **Segmente**.
2. Erstellen Sie ein neues Segment, indem Sie auf **Neues Segment erstellen** klicken.

   Anmerkung: Das neue Segment wird erst dann auf vorhandene LIVEmail-Exporte angewendet, wenn Sie diesen Export beim Konfigurieren eines neuen Feeds oder beim Bearbeiten eines vorhandenen Feeds auswählen.

Report
Integrate
Manage
Segments
Feed Management
FTP Management

Segments
Segment Category: World
Create New Segment

Segment Name:	Created By	Date Created	Last Update Date	Action
All Visitors to the World site	Kate Heintz	2010-06-10 15:20:16	2010-06-10 15:20:16	
World Abandoners	Kate Heintz	2010-06-15 12:20:36	2010-06-15 12:20:36	
World Converters	Kate Heintz	2010-06-15 11:54:11	2010-06-15 11:54:11	
World Element Click	Kate Heintz	2010-05-20 11:23:07	2010-05-20 11:23:07	

3. Um ein vorhandenes Segment zu bearbeiten oder zu löschen, wählen Sie das Segment aus und klicken Sie dann auf **Bearbeiten** oder **Löschen**.

   Anmerkung: Wenn Sie versuchen, ein Segment zu bearbeiten oder zu löschen, das aktuell auf einen LIVEmail-Export angewendet wird, erhalten Sie eine Warnung, da sich eine Änderung der Definition auf die Ausgabe dieser Feeds auswirkt.

Nach dem Hinzufügen oder Bearbeiten von Segmenten können Sie diese sortieren, indem Sie auf die Spaltenüberschriften klicken.

Verwalten von Datenexporten

Verwenden Sie die Seite "Feed-Management" in LIVEmail, um Ihre Datenexporte zu überwachen.

Die Seite "Feed-Verwaltung" (Feed Management) enthält eine Tabelle mit Informationen zu allen aktuellen LIVEmail-Datenexporten.

1. Mithilfe der Seite "Feed-Verwaltung" können Sie den Status jedes Exports ermitteln, den Status der letzten Ausführung überprüfen oder einen Export bearbeiten.
2. Klicken Sie auf die Spaltenüberschriften, um die Tabelle nach bestimmten Feldern zu sortieren.

Verwalten von FTP-Zielen

Verwenden Sie die Seite "FTP-Verwaltung" in LIVEmail zum Erstellen von FTP-Zielen für den Export und zum Angeben von FTP-Zielen für den Import. Die FTP-Ziele für den Export geben die Position an, an die LIVEmail-Exporte gesendet werden sollen, während die FTP-Ziele für den Import verwendet werden können, um Metriken von Ihrem E-Mail-Service-Provider zu Ihren LIVEmail-Berichten hinzuzufügen.

Das Angeben eines FTP-Ziels für den Import ähnelt dem Erstellen eines Exportziels, beinhaltet jedoch zusätzliche Funktionalität, die die Konfiguration von Importen von Daten zum E-Mail-Posteingang betreffen, die Sie zusätzlich an Digital Analytics senden können, damit sie in LIVEmail-Berichten eingeschlossen werden.

Verwenden Sie abhängig davon, ob Sie ein FTP-Ziel für den Export oder für den Import erstellen, eine der folgenden Vorgehensweisen:

- Führen Sie die folgenden Schritte aus, um ein FTP-Ziel für den Export zu erstellen:
  1. Geben Sie auf der Seite "FTP-Verwaltung" die folgenden gültigen Konfigurationsinformationen für das FTP-Ziel an:

     Name des FTP-Ziels (erforderlich)
     Ein benutzerfreundlicher Name für das Ziel. Dieser Name wird beim Erstellen eines LIVEmail-Exports als für die Auswahl verfügbar angezeigt.

     Adresse des FTP-Servers (erforderlich)
     Die IP- oder URL-Adresse für den FTP-Server.

     Verzeichnisname (optional)
     Das Verzeichnis auf dem FTP-Ziel, zu dem Digital Analytics die Verbindung herstellen soll und in das die Exportdateien geschrieben werden. Wenn dieses Feld leer ist, wird das Standardverzeichnis für FTP-Ziele verwendet.

     FTP-Port (erforderlich)
     Die Portnummer für das FTP-Ziel.

     Benutzer (erforderlich)
     Der Name für das Benutzerkonto, der für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

     Kennwort (erforderlich)
     Das Kennwort für das Benutzerkonto, das für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

     E-Mail (optional)
     Eine Liste mit den E-Mail-Adressen der Benutzer, die über LIVEmail-Exporte, die an das angegebene FTP-Ziel gesendet wurden, benachrichtigt werden sollen.

FTP-Typ (erforderlich)
: Standardmäßig wird der Typ FTP ausgewählt; Sie können stattdessen aber auch SFTP verwenden.

2. Wenn Sie alle erforderlichen Konfigurationsdaten für einen FTP-Server eingegeben haben, klicken Sie im unteren Teil der Seite auf **FTP testen**. Mit dieser Operation wird überprüft, ob alle von Ihnen angegebenen Informationen richtig sind, damit Digital Analytics Ihre LIVEmail-Exporte erfolgreich an das Ziel senden kann.
3. Klicken Sie auf **Abschicken**, um das FTP-Ziel zu speichern und für die Verwendung in Ihren LIVEmail-Exporten bereitzustellen.

- Führen Sie die folgenden Schritte aus, um ein FTP-Ziel für den Import anzugeben:
  1. Geben Sie auf der Seite "FTP-Verwaltung" gültige Zielinformationen für alle erforderlichen Felder an.

Name des FTP-Ziels (erforderlich)
: Ein benutzerfreundlicher Name für das Ziel. Dieser Name wird beim Erstellen eines LIVEmail-Exports als für die Auswahl verfügbar angezeigt.

Adresse des FTP-Servers (erforderlich)
: Die IP- oder URL-Adresse für den FTP-Server.

Verzeichnisname (optional)
: Das Verzeichnis auf dem FTP-Ziel, zu dem Digital Analytics die Verbindung herstellen soll und in das die Exportdateien geschrieben werden. Wenn dieses Feld leer ist, wird das Standardverzeichnis für FTP-Ziele verwendet.

FTP-Port (erforderlich)
: Die Portnummer für das FTP-Ziel.

Benutzer (erforderlich)
: Der Name für das Benutzerkonto, der für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

Kennwort (erforderlich)
: Das Kennwort für das Benutzerkonto, das für die Authentifizierung beim FTP-Server verwendet wird.

E-Mail (optional)
: Eine Liste mit den E-Mail-Adressen der Benutzer, die über LIVEmail-Exporte, die an das angegebene FTP-Ziel gesendet wurden, benachrichtigt werden sollen.

FTP-Typ (erforderlich)
: Standardmäßig wird der Typ FTP ausgewählt; Sie können stattdessen aber auch SFTP verwenden.

2. Wenn Sie Kampagnenmetriken, wie zum Beispiel zu gesendeten E-Mails, geöffneten E-Mails, E-Mail-Bounces usw. von Ihrem E-Mail-Service-Provider importieren möchten, können Sie Ihre Importdatei auf der Seite "Erstellung FTP-Ziel für Import" konfigurieren. Ziehen Sie dafür die Metriken, die Sie aus Ihrem E-Mail-Service-Provider-System importieren möchten, aus der Liste der unterstützten Metriken in der linken Tabelle und legen Sie sie in der Tabelle auf der rechten Seite ab. Die folgenden Felder sind in jeder LIVEmail-Importdatei die ersten drei Felder:

Datums-ID (ddmmyyyy)
: Das Datum der Aktivität, zu der die importierten Daten gehören.

Kampagneninstanz-ID
Die E-Mail-Kampagne, für die die Daten zum Posteingang von Ihrem E-Mail-Service-Provider (ESP) gültig sind.

Name der Kampagneninstanz
Ein benutzerfreundlicher Name für die Kampagneninstanz.

Die folgenden Standarddaten zum Posteingang von Ihrem E-Mail-Service-Provider (ESP) werden für den Import unterstützt.

- Gesendete E-Mails
- Zugestellte E-Mails
- Geöffnete E-Mails
- E-Mail-Klicks
- E-Mail-Soft-Bounces
- E-Mail-Hard-Bounces
- E-Mail-Bounces gesamt
- Gekündigte E-Mails
- Weitergeleitete E-Mails
- Abonnierte E-Mails
- Unterdrückte E-Mails
- E-Mail-Reklamationen
- E-Mail-Blockierungen
- E-Mail-Einschränkung
- Sonstige E-Mail-Antworten
- Geänderte E-Mail-Adressen
- E-Mail-Posteingang Metrik 1 ... 15 - bis zu 15 weitere Daten zum Posteingang, die Ihr ESP bereitstellen könnte.

Anmerkung: Von den unterstützten Metriken können Sie je nach Bedarf alle oder auch nur einen Teil für den Import auswählen. Diese Metriken müssen aber genau in der Reihenfolge der Spalten konfiguriert werden, die Sie in Ihrer Importdatei für ESP-Metriken angeben. Die Felder "E-Mail-Posteingang Metrik 1" (Email Inbox Metrics 1) bis "E-Mail-Posteingang Metrik 15" (Email Inbox Metrics 15) müssen numerische Werte enthalten. Wenn Sie in diesen benutzerdefinierten Feldern Zeichenfolgewerte übergeben, schlägt Ihr Import fehl.

Nachdem Sie ein FTP-Ziel erstellt und gespeichert haben, wird es als eines der Ziele angezeigt, die beim Erstellen Ihres LIVEmail-Feeds für die Auswahl verfügbar sind.

Kapitel 4. Verwenden von LIVEmail-Berichten zum Analysieren von E-Mail-Kampagnen

Mithilfe von LIVEmail-Berichten können Sie die Leistung von E-Mail-Kampagnen analysieren. LIVEmail-Berichte ermöglichen es Ihnen, Metriken zur Effektivität der Programme anzuzeigen, die von E-Mail-Service-Providern bereitstellt werden, gemeinsam mit internen Leistungsmetriken, die von Digital Analytics überwacht werden.

Im LIVEmail-Menü "Bericht" können Kampagnenberichte erstellt werden, die Ihr E-Mail-Marketing verwenden kann, um die Leistung der E-Mail-Programme zu verfolgen, die Sie gestartet haben und die mit den Digital Analytics MMC-Parametern (MMC = Marketing Management Center) protokolliert werden. LIVEmail-Leistungsberichte enthalten Metriken als Zusammenfassung, sowohl aus dem Posteingang als auch intern, für Ihre Programme und leiten Sie zu Bereichen weiter, die Sie mit den führenden Marketingzuordnungslösungen von Digital Analytics genauer analysieren möchten. Digital Analytics stellt den Bericht "Marketingprogramme" bereit, mit dem die Leistung der Klickzuordnung detailliert analysiert werden kann, und in Digital Analytics Explore können Sie Ad-hoc-Berichte zu Ihren E-Mail-Marketingkampagnen erstellen.

Um einen schnellen Einblick davon zu erhalten, wie unterschiedlich die Leistung von Kampagnen ist, prüfen Sie einen der folgenden Berichte im Menü "Bericht" von LIVEmail:

- **Leistungsbericht**: Der Leistungsbericht liefert einen täglichen Überblick darüber, wie Ihre E-Mail-Kampagnen ausgeführt werden. Der Leistungsbericht hat die Form einer unstrukturierten Liste, wobei Marketinganbieter, Kategorie, Platzierung und Artikel (MMC-Codes für die Links zu Ihren E-Mail-Kampagnen) bereits als Schlüsselspalten für die Anzeige vorkonfiguriert wurden. Viele Schlüsselmetriken aus Ihren Befehlen für die Websites von E-Mail-Service-Providern und Digital Analytics sind enthalten und können für die Analyse verwendet werden (zum Beispiel zugestellte E-Mails, Absprungrate, Klicks, Umsatz, Bestellungen, Besucher oder Konversionsrate).
- **Bericht mit der Detailansicht der Kampagne**: Der Bericht mit der Detailansicht der Kampagne stellt die Auswirkungen Ihrer Kampagne auf Produkte und Konversionsereignisse dar und bietet einen Überblick über die geografischen Standorte der Besucher. Der Bericht mit der Detailansicht der Kampagne hat die Form einer unstrukturierten Liste, wobei drei relationale Berichte mit Detailansichten angewendet wurden. Die erste relationale Detailansicht konzentriert sich auf Produktverkäufe, die mit einem bestimmten Kampagnencode verknüpft sind. Die zweite relationale Detailansicht enthält Details zu Ereignissen, die mit einem bestimmten Kampagnencode verknüpft sind. Die dritte Detailansicht enthält eine Analyse nach Ort, Land und Bundesland für Ihre E-Mail-Kampagnen.
- **Lebensdauerleistungsbericht**: Der Lebensdauerleistungsbericht bietet eine vollständige Übersicht über die Effektivität einer Kampagne ab dem Datum, an dem eine Kampagneninstanz gestartet wurde, bis zu dem für die Analyse gewählten Zeitpunkt. Der Lebensdauerleistungsbericht enthält Daten auf Tagesbasis, wobei Sie für die Analyse jeden beliebigen Tag, an dem die Kampagne aktiv war, auswählen können. Der Bericht ist hierarchisch nach den VCPI-Codes (MMC-Anbieter, Kategorie, Platzierung und Artikel) organisiert, die Sie einer Kampagne zugewiesen haben.

Alle Standardberichtsfunktionen für das Auswählen der Datumsbereiche, für das Anzeigen eines Trenddiagramms, für das Versehen des Berichts mit Anmerkungen und so weiter werden für alle drei LIVEmail-Berichtstypen bereitgestellt. Außerdem werden die Metrikwerte für eine Kampagne, die Sie von Ihrem Partner importiert haben, für die Verwendung im Leistungsbericht bereitgestellt.

Marketing Vendor	Sessions	Orders / Session	Sales / Session	Page Views / Session	Bounce Rate	EMAIL_REVE...MAIL_SENT	EMAIL_
Total	637,581	3.33%	£6.90	4.64	43.30%	94.12736	
Responsys	58,840	1.94%	£0.66	2.20	85.13%	0.83471	
Summer Vacation Campaign	22,876	2.21%	£0.64	2.39	89.53%	0.31924	
10142333(Alina Name 6)	8,192	1.74%	£0.40	2.43	76.07%	0.09506	
10142332(Alina Name 5)	14,684	2.46%	£0.77	2.37	97.05%	1.01807	
Post Booking Campaigns	35,963	1.77%	£0.68	2.08	82.33%	22.63398	
SilverPop	48,965	1.92%	£0.70	2.39	85.36%	-	

Anmerkung: Ihre Standardservices zu Digital Analytics beinhalten auch die Analyse der Klickzuordnung und der Gesamtleistung von Kampagnen. Sie können den Bericht "Marketingprogramme" verwenden, um anhand einer detaillierten Analyse der Klickzuordnung ein besseres Verständnis für den Gesamtbeitrag des E-Mail-Vertriebskanals und genauere Informationen über die relative Leistung von E-Mail-Kampagnen zu erhalten. Die Kunden, die eine Lizenz für Digital Analytics Explore besitzen, können die Recherche nach benutzerdefinierten Daten und die Erstellung von Berichten in diesem Produkt verwenden. Importierte Metriken von E-Mail-Service-Providern sind nur in den LIVEmail-Berichten verfügbar.

Kapitel 5. Zielgruppenänderung für Segmente aus Digital Analytics-Anwendungen

Dank der Anwendungsintegration innerhalb der Suite zur Marketingoptimierung von Digital Analytics können Sie LIVEmail-Segmente schnell und direkt von Berichten aus definieren, die in Digital Analytics Explore oder Search Marketing bereitgestellt werden.

Wenn Ihr Unternehmen entweder Digital Analytics Explore oder Search Marketing zusätzlich zu LIVEmail lizenziert hat, wird auf Ihrem Bildschirm das Symbol **Besucher zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors) neben den anderen Operationen in der Anwendung angezeigt.

Gehen Sie wie folgt vor, um eine Zielgruppenänderung für Segmente aus Digital Analytics-Anwendungen in LIVEmail durchzuführen.

1. Während Sie sich in einem Bericht in Digital Analytics Explore oder Search Marketing befinden, können Sie eine oder mehrere Zeilen im Bericht auswählen, indem Sie auf die Kontrollkästchen auf der linken Seite der Zeile klicken, um die Besucherzielgruppe für diese Zeilen zu ändern.
2. Nachdem Sie in Ihrem Bericht die gewünschten Zeilen ausgewählt haben, klicken Sie auf **Besucher zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors) und wählen **LIVEmail: Besucher über E-Mails zielgerichtet ansprechen** (Target Visitors via Email) aus. Indem Sie eine Besuchergruppe als Zielgruppe ändern, definieren Sie ein LIVEmail-Besuchersegment.
3. In dem Dialogfeld, das mit einer Zusammenfassung Ihrer Zielsegmentkriterien angezeigt wird, können Sie das Segment für die beabsichtigte Zielgruppenänderung angeben.
4. Wenn Sie das Segment für die beabsichtigte Zielgruppenänderung ausgewählt haben, klicken Sie auf **Weiter**. Ihre Segmentdefinition wird an LIVEmail übergeben und Sie gelangen zur Anzeige "**Segmentdefinition**" mit einer Zusammenfassung Ihrer Kriterien und der Bitte, einen Namen für das neue Segment einzugeben. In dieser Anzeige können Sie die Kriterien bearbeiten oder zusätzliche Kriterien hinzufügen.
   - Wenn Sie das Segment speichern und erst später anwenden möchten, klicken Sie auf **Segment speichern**.
   - Wenn Sie es zu Ihrem Feed hinzufügen bzw. syndizieren möchten, klicken Sie auf **Speichern und zum Feed hinzufügen** in LIVEmail.
5. Wählen Sie die Konfiguration für den ESP-Partner (ESP = E-Mail-Service-Provider) aus, dem Sie das neue Zielgruppensegment hinzufügen möchten.

6. Verwenden Sie die folgenden Informationen, um die Segmentierung zu konfigurieren:

   Digital Analytics Explore unterstützt eine breite Palette an Segmentierungsoptionen und Datenfeldern. Für Sie sind jedoch nur die Segmentierungsoptionen verfügbar, die Digital Analytics Explore und LIVEmail gemeinsam haben. Wenn Ihre ausgewählten Kriterien auf die von LIVEmail unterstützten Segmentkriterien nicht anwendbar sind, werden Sie darüber informiert. Alle Segmentdefinitionen, die an LIVEmail übergeben werden, müssen ihrem Wesen nach "sitzungsgleich" sein. In der folgenden Tabelle können Sie erkennen, ob eine bestimmte Kriteriendefinition an LIVEmail übergeben werden kann oder nicht. **Ja** bedeutet, dass sie übergeben werden kann; **Nein** bedeutet, dass sie zu diesem Zeitpunkt nicht übergeben werden kann. Wenn ein Name angegeben ist, bedeutet dies, dass sie mit einem geringfügig veränderten Namen übergeben wird, und **Aktionstyp präzisieren** bedeutet, dass der Benutzer aufgefordert wird, vorzuschlagen, wie dieses Feld verwendet werden sollte (zum Beispiel "Produkt gekauft" oder "Produkt verlassen" oder "Produkt angezeigt" oder "Produkt in Warenkorb gelegt").

Digital Analytics Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Registrierung	
Registrierungs-ID	Ja
E-Mail-Adresse	Ja
Registrierter Besucher	Ja
Käufer	Nein
Neuer/Wiederkehrender Besucher	Ja
Geschlecht	Ja
Alter	Ja
Ausbildungsstufe	Ja
Einkommensniveau	Ja
Registrierungsattribute	Ja
Registriertes Land	Ja
Registriertes Bundesland	Ja
Registrierter Ort	Ja
Registrierte Postleitzahl	Ja
Übersicht	
Umsatz	Ja
Bestellungen	Ja
Produktansichten	Ja
Produkte in Warenkorb gelegt	Ja
Artikel bestellt	Ja
Verlassene Artikel	Ja
Seitenaufrufe	Ja
Interne Suchen	Ja
Ereignisse	Ja
Ereignispunkte	Ja
Elementansichten	Ja

Digital Analytics Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Sitzungslänge	Ja
Marketing	
Marketingkanal	Ja
Marketingprogramm	Ja
Marketinganbieter	Ja
Marketingkategorie	Ja
Marketingplatzierung	Ja
Marketingartikel	Ja
Marketingattribute	Ja
Suchmaschine für natürliche Suche	Ja
Begriff für natürliche Suche	Ja
Verweissite	Ja
Verweis-URL	Ja
Ziel-URL	Ja
Vermarktung/Produkte	
Bestellungs-ID	Ja
Produktansichtsattribute	Ja
Shop-Attribute	Ja
Bestellungsattribute	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) angezeigter Produkte - unten	Ja
Name(n) angezeigter Produkte	Ja
ID(s) angezeigter Produkte	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - voll	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - oben	Ja
Kategorie(n) der Produkte im Warenkorb - unten	Ja
Name(n) der Produkte im Warenkorb	Ja
ID(s) der Produkte im Warenkorb	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) der verlassenen Produkte - unten	Ja
Name(n) der verlassenen Produkte	Ja
ID(s) der verlassenen Produkte	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - voll	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - oben	Ja
Kategorie(n) der gekauften Produkte - unten	Ja

Digital Analytics Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Name(n) der gekauften Produkte	Ja
ID(s) der gekauften Produkte	Ja
Produktkategorie - voll	[Aktionstyp präzisieren]
Produktkategorie - oben	[Aktionstyp präzisieren]
Produktkategorie - unten	[Aktionstyp präzisieren]
Produkt-ID	[Aktionstyp präzisieren]
Produktname	[Aktionstyp präzisieren]
{Legacy} Kategorie-ID(s) nicht gekaufter Produkte	Ja
{Legacy} Kategorie-ID(s) in den Warenkorb gelegter Produkte	Ja
{Legacy} Kategorie-ID(s) gekaufter Produkte	Ja
Inhalt	
Inhaltskategorie - voll	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - voll
Inhaltskategorie - unten	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - unten
Inhaltskategorie - oben	Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - oben
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - voll	Ja
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - unten	Ja
Durchsuchte Inhaltskategorie(n) - oben	Ja
Elementkategorie	Kategorie(n) angezeigter Elemente
Elementname	Angezeigte Elemente
Kategorie(n) angezeigter Elemente	Kategorie(n) angezeigter Elemente
Angezeigte Elemente	Angezeigte Elemente
Eingeleitete Ereignisse	Ja
Abgeschlossene Ereignisse	Ja
Ereigniskategorie	[Aktionstyp präzisieren]
Kategorie(n) eingeleiteter Ereignisse	Ja
Kategorie(n) abgeschlossener Ereignisse	Ja
Ereignisname	[Aktionstyp präzisieren]
Begriff für interne Suche	Begriffe für interne Suche
Begriffe für interne Suche	Begriffe für interne Suche
Seite	Angezeigte Seite(n)
Angezeigte Seite(n)	Angezeigte Seite(n)
Seitenverweis-URL	Nein
Seiten-URL	Durchsuchte URL(s)
Durchsuchte URL(s)	Durchsuchte URL(s)
Seitenbereichsanalyse - Vollständig	Seitenbereichsanalyse - Vollständig
Seitenbereichsanalyse - Link	Nein
Seitenbereichsanalyse - Seite	Nein
Seitenbereichsanalyse - Seitenbereich	Nein
Seitenbereichsanalyse - Version	Nein

Digital Analytics Explore-Felder	LIVEmail-Felder
Site-Promotion - Vollständig	Ja
Site-Promotion - Link	Nein
Site-Promotion - Seite	Nein
Site-Promotion - Promotion	Nein
Site-Promotion - Promotiontyp	Nein
Einstiegsseite(n)	Ja
Seitenattribute	Ja
Ereignisattribute	Ja
Elementattribute	Ja
Geografie	
Land	Ja
Bundesland	Ja
Ort	Ja
DMA	Ja
Domäne zweiter Stufe	Ja
Technische Eigenschaften	
Browsertyp	Ja
Bildtiefe	Ja
Verbindungsgeschwindigkeit	Ja
Verbindungstyp	Ja
JavaScript-Version	Ja
Sprache	Ja
Mobiles Endgerät	Ja
Mobiles Netzwerk	Ja
Betriebssystem	Ja
Bildschirmauflösung	Ja
Zeitzone	Ja

{Legacy} Kategorie-ID(s) nicht gekaufter Produkte
Legacy-Feld, das ein Duplikat von "Kategorie-ID(s) nicht gekaufter Produkte - unten" ist

{Legacy} Kategorie-ID(s) in den Warenkorb gelegter Produkte
Legacy-Feld, das ein Duplikat von "Kategorie-ID(s) in den Warenkorb gelegter Produkte - unten" ist

{Legacy} Kategorie-ID(s) gekaufter Produkte
Legacy-Feld, das ein Duplikat von "Kategorie-ID(s) gekaufter Produkte - unten" ist

Kapitel 6. LIVEmail - Häufig gestellte Fragen

F: Muss ich einen der von IBM für LIVEmail zertifizierten Partner, die auf der Seite "Partner" aufgelistet sind, verwenden? Was ist, wenn mein aktueller Partner in der LIVEmail-Benutzerschnittstelle nicht angezeigt wird?

A: Bei Verwendung eines von IBM für LIVEmail zertifizierten Partners ist sichergestellt, dass Ihr Partner einen LIVEmail-Standardexport ohne großen Aufwand empfangen und verarbeiten kann. Bei der Zertifizierung wird getestet, ob ein Partner Besucheraktivitäten, Besucherattribute und Sitzungsattribute von LIVEmail in einem unserer Standardformate für den Dateiexport empfangen kann. Da LIVEmail Datenexporte erzeugt, die aus differenzierten Daten zum Verhalten der Websitebesucher bestehen, ist dann jedes ESP-System oder System eines anderen Anbieters in der Lage, die von Ihnen gesendeten LIVEmail-Daten zu empfangen und zu verwenden. Nicht zertifizierte ESPs stellen möglicherweise Gebühren für die zusätzliche Speicherung oder Anpassung der Daten in Rechnung. Sprechen Sie immer mit Ihrem Partner über den Typ der Daten, die er erhalten möchte, um zielgruppenspezifische E-Mail-Kampagnen in Ihrem Namen durchzuführen, und achten Sie darauf, dass Sie ihm das Format der LIVEmail-Datei, die Sie ihm senden möchten, mitteilen.

Wenn Ihr Partner kein von IBM zertifizierter Partner ist, dann wenden Sie sich an den Digital Analytics-Support, damit Ihr Geschäftsentwicklungsteam den ESP wegen des IBM Zertifizierungsprogramms für LIVEmail ansprechen kann.

F: Welche ESPs sind derzeit von IBM zertifizierte Partner?

A: Alle zertifizierten LIVEmail-Partner werden im seitlichen Navigationsfenster im Abschnitt **Integrieren** > **ESP-Partner** angezeigt. Wenn der aktuelle ESP-Partner Ihres Unternehmens nicht LIVEmail-zertifiziert ist, können Sie Unterstützung beim Digital Analytics-Support anfordern, damit Ihr Geschäftsentwicklungsteam die Zertifizierung mit diesem Unternehmen anstreben kann.

F: Welche Art technische bzw. Best-Practice-Unterstützung für LIVEmail erhalte ich im Rahmen meines Servicevertrags?

A: Innerhalb von 48 Stunden, nachdem die Anwendung LIVEmail für eine oder mehrere Ihrer Digital Analytics- Kunden-IDs bereitgestellt wurde, wird sich ein Anwendungsspezialist mit einem Mitarbeiter Ihres Unternehmens in Verbindung setzen. Anwendungsspezialisten sind in allen Aspekten des Aktivierungsprozesses besonders geschult und müssen ein umfassendes Wissen über die technischen und strategischen Fragen und über die Best Practices rund um die Präzisionsmarketinganwendungen von Digital Analytics besitzen.

Sie erhalten Best-Practice-Unterstützung (einschließlich Referenzmaterial) für die Geschäftsanforderungen für von LIVEmail gesteuerte E-Mail-Programme, ein Tag-Audit für die gewünschten Sites, eine Schulungssitzung für Fachanwender zum Thema "Konfigurieren von LIVEmail-Exporten" und technische Unterstützung während der Einrichtung der ESP-Integration.

F: Wie viele LIVEmail-Exporte kann ich einrichten?

A: Standardmäßig kann ein Benutzer mit bis zu zehn aktivierten regelmäßigen LIVEmail-Exporten arbeiten. Wenn Sie Zugriff auf weitere Feeds benötigen, wenden Sie sich an Ihr Digital Analytics-Kundenteam.

F: Ich verwende ein selbst entwickeltes oder intern verwaltetes E-Mail-/ Datenbanktool. Verfügt Digital Analytics über eine technische Dokumentation, die mein IT/DB-Marketingteam nutzen kann, um einen Prozess für das Internalisieren der LIVEmail-Datenfeeds zu entwickeln?

A: Ja sicher. Die detaillierten technischen Spezifikationen für die Anwendung LIVEmail finden Sie auf der Unterstützungssite, indem Sie dort nach "LIVEmail Data Specification" suchen.

F: Habe ich die Möglichkeit, innerhalb der Anwendung LIVEmail zusätzliche Segmentierungs-/Geschäftslogik anzuwenden, die sich normalerweise bei meinem ESP befindet (zum Beispiel Häufigkeitsbegrenzung, Prüfung des Status der Einwilligung vom Besucher, Mehrfachereignislogik)?

A: Nein. Derzeit unterstützt LIVEmail die Segmentierungs- oder Geschäftslogik, die mit zentralen Vorgabeinformationen, mit einer Begrenzung der Häufigkeit und der Anzahl der Ereignisse oder dem Status der Erlaubnis zur Nutzung vertraulicher Daten verbunden ist, nicht. Besprechen Sie diese wertfördernden Geschäftsanforderungen mit Ihrem ESP-Partner.

F: Kann ich meine Produkt-, Seiten- und sonstigen Attribute in LIVEmail für Segmentierungszwecke verwenden?

A: Ja. Alle Attributdaten, die Ihr Unternehmen mithilfe von Tags oder Datenimportdateien sendet, können in LIVEmail für das Erstellen von Segmenten mit bestimmten Benutzern verwendet werden. Sie müssen allerdings einen Aliasnamen für Ihre Attributdaten erstellen, bevor sie in der LIVEmail-Benutzerschnittstelle angezeigt werden.

F: Kann ich Daten von meinem E-Mail-Service-Provider mithilfe der von LIVEmail unterstützten benutzerdefinierten Daten zum E-Mail-Posteingang importieren?

A: Nein. Alle nicht standardmäßig importierten Datenfelder (wie zum Beispiel Metriken zum E-Mail-Posteingang 1 bis 15) müssen numerische Werte enthalten. Wenn Sie versuchen, Zeichenfolgedaten in diesen Feldern zu importieren, schlägt der Importjob fehl.

F: Wo liegt bei Digital Analytics die zeitliche Grenze zwischen zwei aufeinander folgenden Tagen (für den Zeitraum bei der Datenanalyse)?

A: Wir unterbrechen die Sitzungen um Mitternacht. Wenn also ein Benutzer ein Produkt am 28. September um 23:50 Uhr in den Warenkorb legt und es am 29. September um 00:03 Uhr kauft, wird es im Feed vom 28. September als verlassen aufgelistet.

F: Auf welche Zeitzone bezieht sich Digital Analytics beim "Zeitpunkt der Aktion/Aktivität"?

A: Alle Zeitmarken bei Datenübernahmen und Aktivitäten basieren auf der ZEITZONE DES KUNDEN, die in dessen Kontoeinstellungen definiert wurde. Die Zeitzone des Websitebesuchers wird nicht berücksichtigt.

F: Welche Aufgabe hat der Parameter "cm_lm"?

A: Die Standardbibliothek `cmdatatagutils.js`, die in die Seiten der Website eines Kunden eingebettet ist, besitzt einen Handler, der automatisch einen Registrierungstag generiert, wenn ein eingehender Link das Argument `cm_lm=` enthält. Der Wert, der nach dem Gleichheitszeichen (=) übergeben wird, wird sowohl im Parameter **Kunden-ID** als auch im Parameter **E-Mail-Adresse** dieses Tags ausgewertet. Für eine LIVEmail-Integration ist diese Funktion nicht erforderlich. Die Funktion wurde für Situationen erstellt, bei denen ein neuer Digital Analytics-Kunde in seiner Registriertabelle zu wenige E-Mail-Adressen besitzt. Dies ist eine Möglichkeit, schnell die Anzahl der Zuordnungen zwischen Cookies und E-Mail-Adressen in der Datenbank beträchtlich zu erhöhen.

F: Wie kann ein Kunde den URL-Parameter "cm_lm" implementieren?

A: `cm_lm=` kann als normaler URL-Parameter für Abfragezeichenfolgen an eingehende E-Mail-Links angehängt werden. Der Wert hinter dem Gleichheitszeichen sollte die E-Mail-Adresse des E-Mail-Empfängers sein. Der Kunde muss sich dann mit seinem ESP oder E-Mail-Toolunterstützungsteam beraten, um herauszufinden, welche Variable oder welches Seriendrucktoken seine Software verwendet, um die E-Mail-Adressen des Empfängers in Links einzubetten. Beispiel: `cm_lm=%email_address%`. `cm_lm` muss in Kleinbuchstaben geschrieben werden und die URL-Codierung ist nicht zulässig. Der Kunde sollte die Funktion IMMER testen, bevor er eine E-Mail an die vollständige E-Mail-Liste sendet. Er sollte das Dienstprogramm Digital Analytics TagBar verwenden, um sicherzustellen, dass ein eingehender Link, an den dieser Parameter angehängt wurde, einen Registrierungstag erstellt, wobei die Felder **Kunden-ID** und **E-Mail-Adresse** mit dem Wert im Argument `cm_lm` belegt werden.

Anhang A. Weitere Kontaktinformationen

Wenn Sie weitere Unterstützung benötigen, können Sie sich über eine der folgenden Kontaktadressen an IBM wenden:

- Kundenunterstützung: cm_support@us.ibm.com
- Produktfeedback: cm_feedback@us.ibm.com

Anmerkung: Als Produktfeedback werden Empfehlungen zur Verbesserung des Produkts betrachtet; verwenden Sie die Feedbackadresse nicht, um zusätzliche Unterstützung anzufordern.

USA	
IBM1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Gebührenfrei: 1.866.493.2673 E-Mail: cm_support@us.ibm.com	IBM Kundenunterstützung cm_support@us.ibm.com Support Center https://support.coremetrics.com
IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Gebührenfrei: 1.866.493.2673	IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Gebührenfrei: 1.866.493.2673
Europa	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Großbritannien Tel.: 020 8867 8003 E-Mail: cm_europe@us.ibm.com	IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany Tel.: 0800 664 8899 E-Mail: cm_deutschland@us.ibm.com
IBMFrankreich 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex Frankreich Tel.: 0800 91 4912 E-Mail: cm_france@us.ibm.com	
Asien/Pazifik	
IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel.: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832 E-Mail: cm_asiapac@us.ibm.com	IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Australien (Austr.) 1800 69 CORE (Neus.) 0800 69 CORE E-Mail: cm_asiapac@us.ibm.com

Ihre Kommentare sind bei IBM willkommen.

Sie können sie an folgende Adresse schicken.

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
USA

Sie können Kommentare auch in elektronischer Form mithilfe eines der folgenden Verfahren übermitteln:

Gebührenfrei
1+866-493-2673

Support Center:
https://support.coremetrics.com

E-Mail:
cm_support@us.ibm.com

World Wide Web:
www.ibm.com/marketing-solutions/

Wenn Sie eine Antwort wünschen, geben Sie Ihren Namen, Ihre Adresse, Telefonnummer oder Faxnummer an. Folgende Informationen müssen in Ihrem Kommentar/in Ihrer Anmerkung enthalten sein:

- Titel des Dokuments
- Seitenzahl oder Thema, auf das sich der Kommentar bezieht

Werden an IBM Informationen eingesandt, gewährt der Einsender IBM ein nicht ausschließliches Recht zur beliebigen Verwendung oder Verteilung dieser Informationen, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber dem Einsender entsteht.

Anhang B. Support

Support Center

Die IBM Digital Analytics-Unterstützungssite finden Sie unter `https://support.coremetrics.com` oder über den Support-Link in der Anwendungsmenüleiste.

Die Support Center-Site enthält Folgendes:

- **Eine durchsuchbare Knowledge Base** mit Antworten auf Fragen und Sofortzugriff auf wesentliche Dokumente wie Implementierungsrichtlinien, Metrikglossare, Benutzerhandbücher, Releaseinformationen und mehr.
- **Schulungstools** wie webbasierte Trainingseinheiten und archivierte Webseminare.
- **Marketinginformationen** einschließlich Fallstudien, White Papers und Details zu bevorstehenden Ereignissen wie Anwenderkonferenzen.
- **Benachrichtigungen** vom Support.
- **Problemnachverfolgung** vom Erstellen eines Tickets bis zur Lösung mit vollständiger Einsichtnahme in den Status Ihrer Rückfragen.
- **Feedback** mit Vorschlägen zur Verbesserung der Unterstützungssite. (Feedback zu IBM Digital Analytics-Anwendungen schicken Sie bitte an cm_feedback@us.ibm.com).
- **Chat** für die direkte Kontaktaufnahme mit einem der Best Practices-Ansprechpartner.

Bemerkungen

Die vorliegenden Informationen wurden für Produkte und Services entwickelt, die auf dem deutschen Markt angeboten werden.

Möglicherweise bietet IBM die in dieser Dokumentation beschriebenen Produkte, Services oder Funktionen in anderen Ländern nicht an. Informationen über die gegenwärtig im jeweiligen Land verfügbaren Produkte und Services sind beim zuständigen IBM Ansprechpartner erhältlich. Hinweise auf IBM Lizenzprogramme oder andere IBM Produkte bedeuten nicht, dass nur Programme, Produkte oder Services von IBM verwendet werden können. Anstelle der IBM Produkte, Programme oder Services können auch andere, ihnen äquivalente Produkte, Programme oder Services verwendet werden, solange diese keine gewerblichen oder anderen Schutzrechte von IBM verletzen. Die Verantwortung für den Betrieb von Produkten, Programmen und Services anderer Anbieter liegt beim Kunden.

Für in diesem Handbuch beschriebene Erzeugnisse und Verfahren kann es IBM Patente oder Patentanmeldungen geben. Mit der Auslieferung dieses Handbuchs ist keine Lizenzierung dieser Patente verbunden. Lizenzanforderungen sind schriftlich an folgende Adresse zu richten (Anfragen an diese Adresse müssen auf Englisch formuliert werden):

IBM Director of Licensing
IBM Europe, Middle East & Africa
Tour Descartes
2, avenue Gambetta
92066 Paris La Defense
France

Trotz sorgfältiger Bearbeitung können technische Ungenauigkeiten oder Druckfehler in dieser Veröffentlichung nicht ausgeschlossen werden. Die hier enthaltenen Informationen werden in regelmäßigen Zeitabständen aktualisiert und als Neuausgabe veröffentlicht. IBM kann ohne weitere Mitteilung jederzeit Verbesserungen und/oder Änderungen an den in dieser Veröffentlichung beschriebenen Produkten und/oder Programmen vornehmen.

Verweise in diesen Informationen auf Websites anderer Anbieter werden lediglich als Service für den Kunden bereitgestellt und stellen keinerlei Billigung des Inhalts dieser Websites dar. Das über diese Websites verfügbare Material ist nicht Bestandteil des Materials für dieses IBM Produkt. Die Verwendung dieser Websites geschieht auf eigene Verantwortung.

Werden an IBM Informationen eingesandt, können diese beliebig verwendet werden, ohne dass eine Verpflichtung gegenüber dem Einsender entsteht.

Lizenznehmer des Programms, die Informationen zu diesem Produkt wünschen mit der Zielsetzung: (i) den Austausch von Informationen zwischen unabhängig voneinander erstellten Programmen und anderen Programmen (einschließlich des vorliegenden Programms) sowie (ii) die gemeinsame Nutzung der ausgetauschten Informationen zu ermöglichen, wenden sich an folgende Adresse:

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
U.S.A.

Die Bereitstellung dieser Informationen kann unter Umständen von bestimmten Bedingungen - in einigen Fällen auch von der Zahlung einer Gebühr - abhängig sein.

Die Lieferung des in diesem Dokument beschriebenen Lizenzprogramms sowie des zugehörigen Lizenzmaterials erfolgt auf der Basis der IBM Rahmenvereinbarung bzw. der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von IBM, der IBM Internationalen Nutzungsbedingungen für Programmpakete oder einer äquivalenten Vereinbarung.

Alle in diesem Dokument enthaltenen Leistungsdaten stammen aus einer kontrollierten Umgebung. Die Ergebnisse, die in anderen Betriebsumgebungen erzielt werden, können daher erheblich von den hier erzielten Ergebnissen abweichen. Einige Daten stammen möglicherweise von Systemen, deren Entwicklung noch nicht abgeschlossen ist. Eine Gewährleistung, dass diese Daten auch in allgemein verfügbaren Systemen erzielt werden, kann nicht gegeben werden.

Darüber hinaus wurden einige Daten unter Umständen durch Extrapolation berechnet. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Benutzer dieses Dokuments sollten die entsprechenden Daten in ihrer spezifischen Umgebung prüfen.

Alle Informationen zu Produkten anderer Anbieter stammen von den Anbietern der aufgeführten Produkte, deren veröffentlichten Ankündigungen oder anderen allgemein verfügbaren Quellen. IBM hat diese Produkte nicht getestet und kann daher keine Aussagen zu Leistung, Kompatibilität oder anderen Merkmalen machen. Fragen zu den Leistungsmerkmalen von Produkten anderer Anbieter sind an den jeweiligen Anbieter zu richten.

Aussagen über Pläne und Absichten von IBM unterliegen Änderungen oder können zurückgenommen werden und repräsentieren nur die Ziele von IBM.

Diese Veröffentlichung enthält Beispiele für Daten und Berichte des alltäglichen Geschäftsablaufs. Sie sollen nur die Funktionen des Lizenzprogramms illustrieren und können Namen von Personen, Firmen, Marken oder Produkten enthalten. Alle diese Namen sind frei erfunden; Ähnlichkeiten mit tatsächlichen Namen und Adressen sind rein zufällig.

Marken

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind Marken oder eingetragene Marken der International Business Machines Corporation. Weitere Produkt- und Servicenamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein.

Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information" unter www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Datenschutzrichtlinien

IBM Softwareprodukte, einschließlich Software as a Service-Lösungen ("Softwareangebote"), können Cookies oder andere Technologien verwenden, um Informationen zur Produktnutzung zu erfassen, die Endbenutzererfahrung zu verbessern und Interaktionen mit dem Endbenutzer anzupassen oder zu anderen Zwecken. Ein Cookie ist ein Datenelement, das von einer Website an Ihren Browser gesendet wird und dann als Tag auf Ihrem Computer gespeichert werden kann, mit dem Ihr Computer identifiziert wird. Häufig werden von diesen Cookies keine personenbezogenen Daten erfasst. Für den Fall, dass Sie mit einem von Ihnen genutzten Softwareangebot mit Cookies und ähnlichen Technologien personenbezogene Daten erfassen können, informieren wir Sie nachstehend über die entsprechenden Spezifikationen.

Abhängig von den bereitgestellten Konfigurationen können von diesem Softwareangebot sitzungsbezogene sowie permanente Cookies verwendet werden, die für das Sitzungsmanagement, verbesserte Benutzerfreundlichkeit, Nutzungsüberwachung oder andere funktionale Zwecke den Namen und andere persönliche Daten jedes Benutzers erfassen. Diese Cookies können inaktiviert werden, wodurch dann aber die von ihnen unterstützte Funktionalität nicht mehr zur Verfügung steht.

In verschiedenen Rechtsordnungen ist die Erfassung personenbezogener Daten durch Cookies und ähnliche Technologien gesetzlich geregelt. Falls die für dieses Softwareangebot implementierte Konfiguration Ihnen als Kunden die Möglichkeit zur Erfassung personenbezogener Daten mit Cookies und anderen Technologien bietet, sollten Sie sich über eventuell geltende Gesetze zu einer solchen Datenerfassung beraten lassen. Diese Beratung sollte gegebenenfalls auch Anforderungen hinsichtlich erforderlicher Hinweise oder Zustimmungen berücksichtigen.

IBM setzt voraus, dass Kunden (1) einen deutlich sichtbaren Link zu ihren Nutzungsbedingungen auf ihrer Website (z. B. Datenschutzrichtlinie) bereitstellen, die wiederum einen Link zur Praxis der Datenerfassung und -verwendung bei IBM und beim Kunden beinhaltet, (2) darauf hinweisen, dass IBM für den Kunden Cookies und Clear GIFs/Web-Beacons auf dem Computer des Kunden platziert, und (3) soweit dies gesetzlich vorgeschrieben ist, vor der Platzierung von Cookies und Clear GIFs/Web-Beacons auf den Geräten von Website-Besuchern durch den Kunden selbst oder für den Kunden durch IBM, hierfür die Einwilligung des jeweiligen Website-Besuchers einholen.

Weitere Informationen über die Verwendung verschiedener Technologien wie Cookies für solche Zwecke finden Sie im Abschnitt "Cookies, Web Beacons and Other Technologies"(Cookies, Web-Beacons und andere Technologien) der IBM Online-Datenschutzerklärung auf: http://www.ibm.com/privacy/details/us/en.